

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejarah akuntansi yang berkembang pesat menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga orientasi perusahaan lebih berfokus kepada para pemilik modal. Di sisi lain, jika ditinjau dari segi ekonomi tujuan utama perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya sehingga seringkali perusahaan mengabaikan dampak sosial dan lingkungan yang terjadi atas tindakan ekonomi yang dilakukan dimana tindakan tersebut dapat menimbulkan kerusakan lingkungan, misalnya penggundulan hutan, polusi udara, pencemaran air, dan sebagainya (Lako, 2011). Fokus terhadap pemilik modal dan upaya pencapaian tujuan perusahaan semaksimal mungkin mengakibatkan perusahaan mengeksploitasi sumber daya alam secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan dapat mengganggu kehidupan manusia. Melalui kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yang biasa juga dikenal dengan *triple bottom line (economic, social, and environmental)*, diharapkan perusahaan tidak hanya berfokus pada masalah finansial tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan sekitarnya (Hadi, 2011).

Corporate Social Responsibility atau biasa disebut CSR merupakan komitmen berkelanjutan dalam dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun

masyarakat luas. Melalui kegiatan CSR perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus kepada masalah finansial saja tetapi juga memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan disekitarnya (Amalia, 2013). Tanggung jawab sosial perusahaan sering dianggap inti dari etika bisnis yang merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan yang secara sukarela memberikan perhatian lebih terhadap lingkungan dan sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Pelaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga memiliki kewajiban kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholders*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga competitor (Wiyuda & Pramono, 2017).

Pelaksanaan CSR juga telah mendapat sorotan dari pemerintah, diantaranya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Pemerintah juga mengeluarkan aturan bahwa setiap perusahaan wajib untuk melaksanakan *corporate social responsibility* yang tertulis pada Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pada pasal 2 tentang Tanggung Jawab Sosial dan

Lingkungan Perseroan Terbatas yang berisi : (1) Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan SDA berdasarkan UU, (2) Kewajiban sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (1) dilaksanakan baik di dalam maupun luar lingkungan perseroan. Isi dari Peraturan Pemerintah No. 47 tahun 2012 pasal 2 diharapkan dapat menimbulkan kesadaran bagi perusahaan dalam merawat lingkungan dan mengurangi masalah yang terjadi jika perusahaan mengabaikan *corporate social responsibility* yang berdampak pada lingkungan eksternal.

Fenomena pertama yang terjadi, massa yang tergabung dalam Ikatan Pemuda Pelajar Mahasiswa Kabupaten Pangkep, Sulawesi Selatan, melakukan demonstrasi di Makassar terkait dana *corporate social responsibility* PT. Semen Tonasa. PT Semen Tonasa tidak transparan kepada masyarakat sebab masyarakat sekitar tidak mengetahui adanya anggaran yang digelontorkan untuk pengelolaan CSR. Masyarakat hari ini hampir tidak menikmati dana tersebut. Masyarakat hanya mendapatkan setiap harinya hujan debu, asap tebal dan kebisingan saat pabrik beroperasi. Ia bahkan menuding pihak PT. Semen Tonasa mengelontorkan dana CSR tersebut hanya kepada kalangan para keluarga pegawai perusahaan, sehingga keberpihakan perusahaan perlu dipertanyakan. Seharusnya dua persen dari laba bersih perusahaan disalurkan ke masyarakat. Untuk itu kami mendesak kepada pimpinan, direksi PT. Semen Tonasa untuk mengoptimalkan dana CSR sesuai dengan peraturan perundang-undangan (www.republika.co.id, oleh Siwi Tri Puji

B., diposting pada: 22 Juni 2011, diakses pada 22 September 2018 pukul 20.00 WIB).

Fenomena kedua yang terjadi, kasus dalam portal berita Indramayu *Post* pada tanggal 18 Januari 2017 menyatakan, bahwa PT. Chang Jui Fang yang tergolong dalam perusahaan manufaktur sub sektor keramik tidak melaksanakan program CSR yang terkait dalam pelaksanaan Undang-Undang nomor 32 tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. PT. Chang Jui Fang lalai dalam pengelolaan limbah yang dihasilkan dari kegiatan operasional serta melanggar Undang-Undang No 40 tahun 2007 pasal 74 yang berisi : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (www.indramayupost.com, oleh Maria Hudaibyah Azzahra, diposting pada: 18 Januari 2017, diakses pada 4 April 2019 pukul 07.00 WIB).

Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (PPLH) menurut UU no 32 tahun 2009 pasal 1 ayat (2) adalah upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan untuk melestarikan fungsi lingkungan hidup dan mencegah terjadinya pencemaran dan/ atau kerusakan lingkungan hidup yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengawasan, dan penegakan hukum. UU disahkan di Jakarta, 3 Oktober 2009 oleh Presiden dan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Undang-undang ini tercantum jelas dalam bab X bagian 3 pasal 69 mengenai larangan dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup yang meliputi larangan melakukan pencemaran, memasukkan benda berbahaya dan beracun (B3), memasukkan limbah ke media lingkungan hidup, melakukan

pembukaan lahan dengan cara membakar, dan lain sebagainya. Memperluas pengungkapan CSR membuat masyarakat dan juga para *stakeholders* mengetahui seberapa besar tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya, sehingga hal ini akan membuat *image* perusahaan menjadi baik (Cahyaningsih & Martina, 2011). Pengungkapan CSR dapat diungkapkan melalui faktor-faktor seperti manajemen laba riil, tipe industri, dan komisaris independen yang dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena diduga memiliki pengaruh terhadap pengungkapan.

Teori pertama yang mendasari *corporate social responsibility* menyebutkan adanya hubungan antara CSR dengan perusahaan adalah teori keagenan. Teori keagenan yang ditemukan oleh Jensen dan Meckling (1976) didefinisikan sebagai suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsipal. Pihak prinsipal dalam teori keagenan yaitu investor dan pihak agen yaitu manajemen perusahaan. Teori keagenan merupakan hal dasar yang digunakan untuk memahami konsep *corporate social responsibility*. Berbagai pemikiran *corporate social responsibility* berkembang dengan bertumpu pada teori keagenan dimana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Teori kedua yang mendasari *corporate social responsibility* menyebutkan adanya hubungan antara CSR dengan perusahaan adalah teori legitimasi. Teori legitimasi berasal dari konsep legitimasi organisasi yang diungkapkan oleh

Dowling dan Pfeffer (1975) menjelaskan bahwa legitimasi adalah sebuah kondisi yang ada ketika sistem nilai entitas setara dengan sistem nilai masyarakat. Menurut Hadi (2011) legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis dalam rangka mengembangkan perusahaan dan berupaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Teori legitimasi memfokuskan perusahaan terhadap interaksinya dengan masyarakat, sehingga sebuah organisasi mampu untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat pada kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat di mana organisasi adalah bagian dari sistem tersebut.

Pengaruh manajemen laba riil terhadap *corporate social responsibility* tercermin dalam teori keagenan. Manajemen laba riil adalah manipulasi yang dilakukan oleh manajemen melalui aktivitas perusahaan sehari-hari selama periode akuntansi (Roychowdhury, 2006). Dikaitkan dengan teori keagenan, perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba yang dapat menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan. Menurut (Richardson, 2000), terdapat hubungan positif antara asimetri informasi dengan manajemen laba. Hal ini berarti apabila manajer memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan pemegang saham maka kecenderungan manajer untuk berbuat curang dengan praktik manajemen laba demi kepentingan pribadinya akan semakin tinggi.

Pengaruh tipe industri terhadap *corporate social responsibility* tercermin dalam teori legitimasi. Tipe industri adalah karakteristik yang dimiliki oleh

perusahaan yang berkaitan dengan bidang usaha, risiko usaha, karyawan yang dimiliki, dan lingkungan (Silaen, 2013). Tipe industri diukur dengan membedakan industri *high-profile* dan *low-profile* (Adawiyah, 2013). Dikaitkan dengan teori legitimasi, perusahaan *high-profile* yang lebih mendapatkan sorotan dari masyarakat luas dan seharusnya lebih memiliki kewajiban yang besar untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dibandingkan dengan perusahaan yang *low-profile* karena aktivitas operasi perusahaan memiliki potensi dan kemungkinan berhubungan dengan masyarakat luas untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Pengaruh komisaris independen terhadap *corporate social responsibility* tercermin dalam teori keagenan. Komisaris Independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata demi kepentingan perusahaan (Santioso & Chandra, 2012). Dikaitkan dengan teori keagenan, dewan komisaris mewakili mekanisme internal utama untuk mengontrol perilaku oportunistik manajemen sehingga dapat membantu menyelaraskan kepentingan pemegang saham dan manajer. Sehingga para manajer tetap bertindak dan berperilaku dalam pengawasan.

Penelitian ini penting untuk diteliti mengingat semakin banyaknya kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh operasional perusahaan yang tidak bertanggung jawab, masih adanya hak-hak kaum buruh dan masyarakat disekitarnya yang terabaikan sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk

meningkatkan kesadaran perusahaan atas pentingnya program *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai peran yang sangat penting baik itu bagi masyarakat maupun bagi perusahaan itu sendiri. Karena dengan adanya CSR, selain hal ini menguntungkan bagi masyarakat yaitu dengan adanya kegiatan yang mendorong pemberdayaan masyarakat, dengan adanya CSR ini juga akan membantu perusahaan dalam usaha memperlancar operasional perusahaan sehingga bebas dari gangguan (Amalia, 2013). Keterlibatan sosial perlu dilakukan oleh perusahaan dengan alasan, antara lain: (1) Kebutuhan dan harapan masyarakat semakin berubah, masyarakat semakin kritis dan peka terhadap produk yang akan dibelinya, sehingga perusahaan tidak bisa hanya memusatkan perhatiannya untuk mendapatkan keuntungan. (2) Terbatasnya sumber daya alam, bisnis diharapkan untuk tidak hanya mengeksploitasi sumber daya alam yang terbatas, namun harus juga memelihara dan menggunakan sumber daya secara bijak. (3) Lingkungan sosial yang lebih baik, lingkungan sosial akan mendukung keberhasilan bisnis untuk waktu yang panjang, semakin baik lingkungan sosial dengan sendirinya akan memperbaiki iklim bisnis yang ada. (4) Perimbangan tanggung jawab dan kekuasaan, kekuasaan yang terlalu besar jika tidak diimbangi dan dikontrol dengan tanggung jawab sosial akan menyebabkan bisnis menjadi kekuatan yang merusak masyarakat. (5) Keuntungan jangka panjang, dengan tanggung jawab dan keterlibatan sosial tercipta suatu citra positif di masyarakat, karena terciptanya iklim sosial politik yang kondusif bagi kelapangan bisnis perusahaan tersebut serta

untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor yang berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* yang masih menunjukkan hasil yang beragam, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan yang lainnya dan fenomena yang terjadi, sehingga menarik untuk di teliti lebih lanjut sebagai usaha mendapatkan hasil yang lebih konsisten. Dengan demikian, maka dibuat suatu penelitian dengan judul “**Pengaruh Manajemen Laba Riil, Tipe Industri, dan Komisaris Independen Terhadap *Corporate Social Responsibility***”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah manajemen laba riil berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
2. Apakah tipe industri berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
3. Apakah komisaris independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui manajemen laba riil berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
2. Untuk mengetahui tipe industri berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
3. Untuk mengetahui komisaris independen berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.

1.4 **Manfaat Penelitian**

1. Bagi pembaca

Hasil dari pengujian ini dapat menambah wawasan tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi *corporate social responsibility*.

2. Bagi peneliti

Dengan adanya riset ini peneliti selanjutnya mampu mengetahui kekurangan yang ada tentang teori dan konsep mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *corporate social responsibility*. Dengan ini peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan memperbaiki hasil dari penelitian ini.

3. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan yang belum mengungkapkan *corporate social responsibility*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan yang belum mengungkapkan *corporate social responsibility* untuk memperhatikan hal-hal yang berhubungan dengan *corporate social responsibility* dan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para perusahaan sehingga dapat mengungkapkan pelaporan *corporate social responsibility*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat beberapa sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, teknik pengambilan, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data yang memuat analisis dari hasil penelitian dalam bentuk analisis deskriptif, analisis hipotesis serta pembahasan dari hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan yang terjadi dalam penelitian serta saran yang diberikan untuk peneliti selanjutnya.